

IfaD



Data  
Mining

Market Research meets Big Data



## Tiefschürfende Erkenntnisse: Data Mining

Das Zeitalter, in dem wir leben, ist durch eine Flut von Informationen und Berge von Daten gekennzeichnet. Mit herkömmlichen Methoden sind diese Datenmengen nur schwer zu bewältigen – oder anders ausgedrückt,

- zu analysieren
- darin Muster zu erkennen
- Regeln für die Nutzung abzuleiten
- Wissen daraus zu generieren

Data Mining bietet die Lösungen. Es setzt da an, wo die Informationsgewinnung mit manuellen Methoden (auch mit Hilfe der EDV) an ihre Grenzen stößt.

Leistungsfähige analytische Technologien des Data Mining erforschen schnell riesige Mengen von Daten und finden wertvolle, verwendbare Informationen. Damit wird es dem Management ermöglicht,

- Trends besser zu erkennen
- genauere Prognosen zu erhalten und
- umsetzungsfähige Ergebnisse zu generieren



## Typische Anwendungsbereiche

Mögliche Aufgabenstellungen für Data-Mining-Methoden in Ihrem Unternehmen sind:

- **Produktoptimierung:**  
Hinweise für die Optimierung eines bestehenden oder neuen Produktes aus den Kommentaren und Bewertungen eines Blogs extrahieren
- **Zielgruppen-Erweiterung:**  
Ihre Marketing-Maßnahmen auf eine neue, zusätzliche Zielgruppe ausrichten
- **Marketing-Mix:**  
Ihren Marketing-Mix noch zielgenauer auf Ihre Zielgruppen abstimmen
- **Kundenbindung:**  
Ermitteln, für welche Produkte Ihre Kunden affin sind, um mit individuellen Dienstleistungen und Produktangeboten eine bessere Ausschöpfung zu erreichen
- **Externe Daten einbinden:**  
Externe Daten (Adressbroker, Geodaten, Marktdaten etc.) kaufen und Ihren Kundendaten hinzufügen; diese Daten sinnvoll verknüpfen und analysieren





## Data Mining und Marktforschung

Im Gegensatz zu den Daten aus dem CRM und anderen Quellen stehen solche, die zielgerichtet zur Beantwortung einer Fragestellung erhoben werden. Dabei können Dimensionen erfasst werden, die in bestehenden handlungsbezogenen Datenbeständen üblicherweise nicht vorliegen. Sie sind wichtig, um das Verhalten des Konsumenten zu verstehen und somit erklären und vorhersagen zu können. Es ist aber in der Regel nicht möglich, solche Angaben für alle Elemente eines Datenbestandes zu erheben.

Die Vorzüge beider Ansätze können genutzt werden, indem die notwendigen zusätzlichen Angaben bei einem Teil der Kunden erhoben werden. Im Vergleich zur Anzahl aller Kunden im Datenbestand ist die notwendige Fallzahl für eine solche Stichprobe verhältnismäßig gering.

Die Kunst der Verknüpfung beider Ansätze besteht darin, die Angaben aus der Befragung aufgrund der Zusammenhänge zwischen bestehenden Daten und Befragungsdaten, wie sie für die Kunden der Untersuchungsstichprobe vorliegen, auf den gesamten Datenbestand zu übertragen.



## Unsere Leistungen

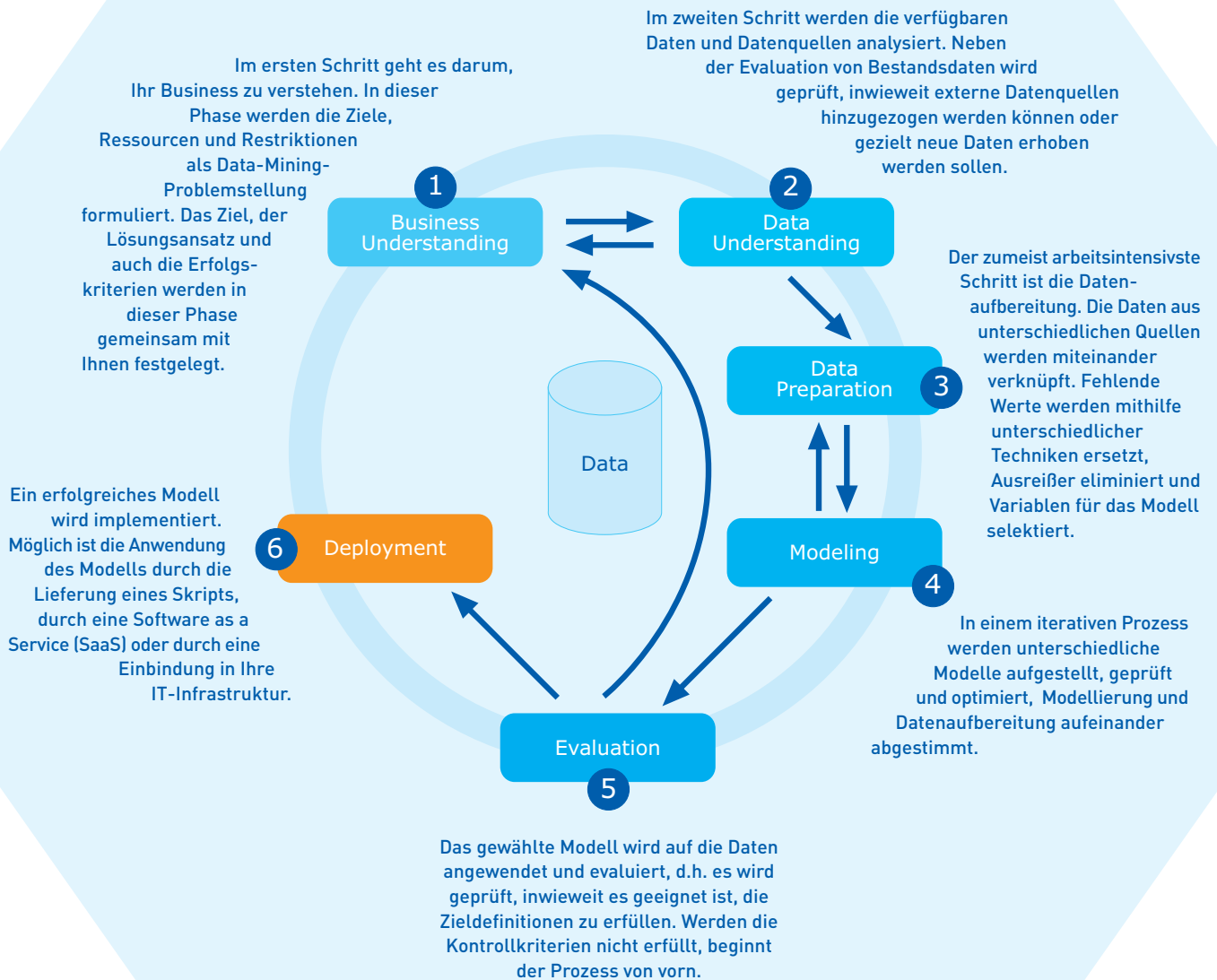
In der Anwendung klassischer Analyseverfahren verfügen wir über langjährige Erfahrung. Zu unserem Repertoire gehören praktisch alle gängigen Algorithmen. Aufgabenstellungen, bei denen diese Verfahren an ihre Grenzen stoßen, lösen wir heute mit den Methoden des Data Mining. Optimale Lösungen und neueste Algorithmen – das bieten wir Ihnen.

Neben Software-Paketen wie SPSS, Statistica und RapidMiner nutzen wir dafür auch die flexible Programmiersprache R. Aufgrund der freien Verfügbarkeit einer umfassenden Bibliothek an Funktionen ist es damit möglich, für nahezu jede Aufgabenstellung ein Lösungsmodell zu entwickeln und zu implementieren.

# Ablauf eines Projektes

Jede Aufgabenstellung ist anders und wird dementsprechend von uns individuell behandelt. Bei Data-Mining-Projekten orientieren wir uns jedoch grundsätzlich am Prozess-Modell CRISP-DM (CRoss-Industry Standard Process for Data Mining).

## Die 6 Phasen des CRISP-DM



Research Support von IfaD  
Ansprechpartner Data Mining:

Johannes Lüken | +49 40 25 17 13 - 22 | jlueken@ifad.de

**IfaD**

Institut für angewandte  
Datenanalyse GmbH

Umlandstraße 68  
22087 Hamburg

Tel.: +49 40 25 17 13 - 0  
Fax: +49 40 25 17 13 - 33

www.ifad.de  
info@ifad.de